



Skripsi

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN LAYANAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI SALINKA FUTSAL TABING PADANG**

Oleh :

NAMA : LASIN ROFAL
NIM : 191000261201019
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN


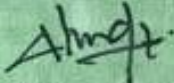

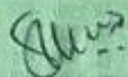
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan LULUS setelah dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi
11 Agustus 2023

Judul : Pengaruh Harga, Lokasi dan Layanan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan di Salinka Futsal Tabing Padang
Nama : Lasin Rofal
Nim : 19.10.002.61201.019
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

TIM PENGUJI

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Tri Irfa Indrayani, M. Pd	Ketua	
2	Nurhaida, SE, MM	Anggota	
3	Usmiar, SE, M.Si	Anggota	
4	Leli Suwita, SE, MM	Anggota	

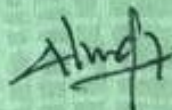
Disetujui:

Pembimbing 1



(Dr. Tri Irfa Indrayani, M. Pd)

Pembimbing 2



(Nurhaida, SE, MM)

Diketahui:

Dekan
Fakultas Ekonomi



(DR. Willy Nofranita, SE, M.Si, Ak, CA)

Ketua
Prodi Manajemen



(Usmiar, SE, M.Si)

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lasin Rofal
Nim : 191000261201019
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya suatu pendapat yang ditulis dan diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti karya ilmiah yang lazim.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada pemaksaan dari pihak manapun.

Padang , 11 Agustus 2023

yang menyatakan




Lasin Rofal
191000261201019

HAK CIPTA

Hak cipta milik **LASIN ROFAL** tahun 2023, dilindungi oleh Undang-Undang yaitu dilarang mengutip dan memperbanyak tanpa izin tertulis dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Sebagian atau keseluruhannya dalam bentuk apapun, baik cetak, copy ataupun micro film dan lainnya sebagainya.

KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan mengucapkan puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, serta dengan usaha yang sungguh-sungguh, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **Pengaruh Harga, Lokasi dan Layanan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan di Salinka Futsal Tabing Padang**, sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Pada Kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga selesainya skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar tidak terlepas dari bantuan dan kerjasama oleh pihak lain. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Allah SWT yang telah menaburkan rahmat beserta karunianya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta, adik serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan taburan cinta dan kasih sayang yang tak pernah putus, semangat, doa, motivasi dan dukungan kepada penulis.
3. Ibuk Dr. Tri Irfa Indrayani, M.Pd sebagai dosen pembimbing satu dan Ibuk Nurhaida, SE, MM sebagai dosen pembimbing dua yang telah banyak membantu dan membimbing serta motivasi selama penulisan skripsi ini.

4. Ibuk Usmiar, SE, M.Si dan Ibuk Leli Suwita, SE, MM selaku penguji yang telah memberikan masukan, pertanyaan-pertanyaan yang membuat penulis semakin menyempurnakan skripsi ini.
5. Ibuk Usmiar, SE, M.Si selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
6. Bapak Puguh Setiawan, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
7. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang telah memberikan semangat, motivasi, informasi dan membantu dalam proses perkuliahan.
8. Untuk teman seperjuangan Fekon Bp19 yang telah memberikan semangat dan masukan penulis dalam membuat skripsi ini.
9. Teristimewa untuk ikrima nur adila yang telah menemani menyelesaikan dan menyempurnakan skripsi ini
10. Dan untuk diri sendiri, “ Tidak ada kata lelah, kita berjuang ini demi membesarkan nama keluarga dan memberikan kehidupan yang lebih baik untuk mereka.”

Padang, 04 Juli 2023

Penulis

Lasin Rofal

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN LAYANAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SALINKA FUTSAL TABING
PADANG**

LASIN ROFAL

NIM: 19.10.002.61201.019

Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Email : lasinrofal17@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh harga, lokasi dan layanan konsumen terhadap kepuasan pelanggan di Salinka Futsal Tabin Padang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan digunakan sebagai sampel. Penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis dengan uji T dan uji F. Berdasarkan analisis data maka persamaan regresi sebagai berikut : $\hat{Y}=10,591+ 0,390 X_1+ 0,128 X_2 + 0,191 X_3$

Berdasarkan persamaan regresi maka ditarik kesimpulan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena $t_{hitung} = 4,268 > t_{tabel} = 1,984$, lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena $t_{hitung} = 1,459 < t_{tabel} = 1,984$, layanan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena $t_{hitung} = 2,362 > t_{tabel} = 1,984$. Nilai $F_{hitung} = 37,691 > F_{tabel} = 2,696$. Ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama harga, lokasi dan layanan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien (R^2) sebesar 0,541 atau 54,1% menunjukkan persentase pengaruh variabel independen harga, lokasi dan layanan konsumen terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Layanan Konsumen dan Kepuasan Pelanggan.

**THE INFLUENCE OF PRICE, LOCATION AND CUSTOMER SERVICE ON
CUSTOMER SATISFACTION AT SALINKA FUTSAL TABING PADANG**

LASIN ROFAL

NIM: 19.10.002.61201.019

Management Study Program Muhammadiyah University of West Sumatra

Email : lasinrofal17@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to find out the effect of price, location and customer service on customer satisfaction at Salinka Futsal Tabing Padang. The sample in this study amounted to 100 respondents using Incidental Sampling. The technique of determining the sample is based on coincidence, namely random coincidences that coincidentally meet the researcher and are used as a single sample. The research uses a linear regression analysis with a linear regression analysis and tests the hypothesis with the T test and the F test.

$$\hat{Y} = 15.635 + 0,375 X_1 + 0,150 X_2 + 0,059 X_3$$

Based on the analysis of multiple regression, we can conclude that the price has an effect on the output of the dependent variable customer satisfaction $t_{count} = 4,628 > t_{table} = 1,984$, the location has no effect on the output of the dependent variable customer satisfaction $t_{count} = 1,459 < t_{table} = 1,984$. the customer service has an effect on the output of the dependent variable customer satisfaction $t_{count} = 2,362 > t_{table} = 1,984$. The value of $F_{count} = 37,691 > F_{table} = 2.696$. This shows that both the overall price, location in terms of impact on customer satisfaction. In the coefficient value (R^2) of 0.541 or 54,91% shows the percentage of independent variables price, location and customer service in terms of customer satisfaction dependent variables.

Keywords: Price, Location, Customer Service and Customer Satisfaction.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HAK CIPTA	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Teoritis	6
2.1.1 Kepuasan Pelanggan.....	6
2.1.2 Harga.....	8
2.1.3 Lokasi.....	10
2.1.4 Layanan Konsumen	12
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Konseptual	15
2.4 Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis, lokasi, Peta dan Waktu Penelitian.....	17
3.2 Populasi dan Sampel	17
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	18
3.4 Teknik Pengumpulan Data	19
3.4.1 Kuesioner	19
3.4.2 Data dan sumber data.....	20
3.5 Teknik Analisis Data	21
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	21
3.5.2 Uji Regresi Linear Berganda	23
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	24
3.5.4 Uji Hipotesis	28
3.5.5 Koefisien determinasi	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	29
4.1.1 Sejarah Singkat Salinka Futsal.....	29

4.1.2 Lokasi Salinka Futsal	30
4.1.3 Visi dan Misi Salinka Futsal	30
4.1.4 Peta Salinka Futsal	30
4.2 Pembahasan	31
4.2.1 Karakteristik Responden	31
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	33
4.2.3 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	39
4.2.4 Asumsi Klasik	40
4.2.4 Hipotesis.....	44
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	48
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Defenisi Operasional.....	18
Tabel 3.2 Skala Penilaian Kepuasan Pelanggan	20
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas.....	21
Tabel 4.1 Klasifikasi Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.2 Klasifikasi Umur	31
Tabel 4.3 Klasifikasi Jadwal Main.....	32
Tabel 4.4 Klasifikasi Status.....	32
Tabel 4.5 Uji Validitas	34
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.7 Tabulasi Data Responden Harga.....	36
Tabel 4.8 Tabulasi Data Responden Lokasi.....	37
Tabel 4.9 Tabulasi Data Responden Layanan Pelanggan	38
Tabel 4.10 Tabulasi Data Responden Kepuasan Pelanggan	39
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	39
Tabel 4.12 Uji Normalitas.....	40
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	41
Tabel 4.14 Heteroskedastisitas.....	42
Tabel 4.15 Autokorelasi	43
Tabel 4.16 Uji Parsial(t).....	44
Tabel 4.17 Uji Simultan(F)	45
Tabel 4.18 Uji Determinasi(R ²).....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka konseptual	15
Gambar 4.1 Peta Salinka Futsal	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	55
Lampiran 2 Tabulasi Responden.....	60
Lampiran 3 Uji Regresi Linear Berganda	64
Lampiran 4 Uji Asumsi Klsik	65
Lampiran 5 Uji Hipotesis	67
Lampiran 6 Dokumentasi	68
Lampiran 7 SK Bimbingan	69
Lampiran 8 Kegiatan Konsultasi Bimbingan.....	71
Lampiran 9 Persetujuan Seminar Proposal	73
Lampiran 10 Undangan Seminar Proposal	74
Lampiran 11 Persetujuan Seminar Hasil.....	75
Lampiran 12 Undangan Seminar Hasil	76
Lampiran 13 Persetujuan Ujian Komprehensif.....	77
Lampiran 14 Undangan Ujian Komprehensif	78
Lampiran 15 Surat Izin Observasi.....	79
Lampiran 16 Surat Keterangan Plagiarisme	80
Lampiran 17 Surat Keterangan Lulus	81

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Olahraga futsal pada saat ini sedang digemari oleh banyak kalangan baik itu anak-anak, remaja, dewasa, hingga orang tua. Olahraga futsal ini merupakan olahraga yang didasari dari permainan sepak bola, namun perbedaannya dengan sepak bola adalah futsal dimainkan oleh lima atau beberapa orang saja dalam satu tim dan tempat atau lapangan yang relatif kecil dari lapangan sepak bola.

Permainan ini bisa dilakukan di dalam ruangan atau di luar ruangan. Waktu permainan futsal cukup singkat yakni 2x25 menit. Melihat dari praktisnya olahraga ini pantas saja jika olahraga yang satu ini sedang menjadi olahraga trend masa kini disegala kalangan. Banyak pengusaha yang tertarik dengan bisnis penyewaan lapangan futsal. Selain kesadaran orang berolahraga meningkat, futsal adalah jenis permainan yang banyak disukai orang.

Setiap konsumen lapangan futsal akan mengharapkan fasilitas yang lengkap, pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau, namun demikian kenyataan yang ditemukan di setiap jasa lapangan futsal masih banyak yang tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan fasilitas dan mutu dari lapangan futsal tersebut, sehingga mengecewakan atau menimbulkan rasa tidak puas dari konsumen.

Pemberian pelayanan yang memuaskan adalah faktor yang penting sehingga konsumen tidak pindah ke jasa lapangan futsal lain. Dalam keputusan pembelian pelayanan dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah harga, lokasi dan layanan konsumen.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga dimana harga merupakan variabel yang penting. Baik dari harga yang rendah atau harga yang terjangkau yang dapat memicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Namun harga juga menjadi indikator kualitas suatu jasa yang dapat ditawarkan oleh pihak penyedia jasa lapangan futsal kepada konsumen, sehingga dapat menarik pelanggan untuk menggunakan jasa lapangan futsal tersebut. Salingka futsal sendiri memiliki harga yang relatif murah dibandingkan dengan penyedia jasa lapangan futsal lainnya yang berada di kota padang.

Selain itu lokasi lapangan futsal juga menjadi bahan pertimbangan oleh konsumen, apakah lokasi futsal tersebut jauh maupun dekat dari konsumen, apakah lokasi lapangan mudah untuk di akses, tersedianya kendaraan umum untuk menuju lokasi lapangan futsal, tentu hal tersebut menjadi pertimbangan oleh beberapa konsumen, karna setiap keinginan konsumen pasti berbeda beda, tidak semua konsumen memiliki keinginan yang sama. Ada konsumen yang memutuskan pembelian dilihat dari fasilitas yang disediakan oleh lapangan futsal dan ada juga yang memutuskan pembelian dilihat dari harga dan lokasi lapangan tersebut berada.

Namun dengan banyaknya penyewaan lapangan futsal yang berdiri di kota padang, menyebabkan tingginya tingkat persaingan antar penyedia lapangan futsal, maka dari itu untuk dapat memenangkan tingkat persaingan, maka pemilik atau penyewaan lapangan futsal harus mementingkan tingkat kepuasan pelanggan, ada berbagai cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan menawarkan harga terbaik, lokasi yang strategis dan pelayanan yang baik sehingga dapat memuaskan pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh penulis, dari beberapa klub yang bermain di Salinka Futsal menyatakan bahwa mereka sangat puas dengan harga yang ditawarkan oleh Salinka Futsal dengan rata-rata Rp.125.000/jam. Dan mereka juga mengatakan bahwa lokasi Salinka Futsal sangat strategis dan mudah di jangkau dengan rata-rata jarak tempuh perklub adalah 500m-2km, dengan kualitas pelayanan yang baik diberikan oleh Salinka Futsal juga menjadi alasan mereka nyaman bermain di lapangan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dengan ini mengambil judul **“Pengaruh Harga, Lokasi Dan Layanan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Salinka Futsal Tabing Padang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di salinka futsal Tabing Padang?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Salinka futsal Tabing Padang?
3. Apakah layanan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di salinka futsal Tabing Padang?
4. Apakah harga, lokasi dan layanan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di salinka futsal Tabing Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan
3. Untuk mengetahui pengaruh layanan konsumen terhadap kepuasan pelanggan
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan layanan konsumen terhadap kepuasan pelanggan

1.4 Manfaat Penelitian

1. Untuk Peneliti

Untuk mengetahui penerapan teori yang di peroleh di bangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah-masalah yang ada dalam pemasaran khususnya tentang pengaruh harga, lokasi dan layanan konsumen terhadap kepuasan pelanggan di salinka futsal Tabing Padang

2. Untuk Perusahaan

Hasil penelitian di harapkan mampu memberikan masukan dan informasi baru bagi perusahaan dalam meningkatkan pengaruh harga, lokasi dan layanan konsumen terhadap kepuasan pelanggan di salinka futsal Tabing Padang.

3. Untuk lembaga (Universitas)

Menambah koleksi karya ilmiah dan sebagai bahan referensi bagi kesempurnaan penelitian berikutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teoritis

2.1.1 Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian kepuasan Pelanggan

Menurut Lupiyoadi (dalam Fej Yosep, 2021:11) kepuasan pelanggan merupakan tingkat dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang di terima dengan yang diharapkan.

Menurut Tjiptono (dalam Sumarsid dan Atik Budi Paryanti 2022:77) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan- harapannya.

Berdasarkan dari beberapa defenisi-defenisi ahli diatas, dapat di simpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan konsumen yang timbul setelah dibandingkan dengan espektasi pelanggan terhadap kinerja yang terjadi di lapangan. Dan konsep kepuasan pelanggan sesuai dengan penjelasan di atas adalah rasa puas dari layanan yang di berikan oleh perusahaan kepada konsumen, semakin baik layanan yng di berikan maka akan membuat konsumen menjadi puas.

Adapun indikator dari kepuasan pelanggan Tjiptono (dalam E Margareta 2021:21) sebagai berikut:

- a. Kepuasan pelanggan keseluruhan
- b. Dimensi kepuasan pelanggan
- c. Konfirmasi harapan
- d. Kesiediaan untuk merekomendasi

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Lupiyoadi (dalam Septi Puspita Sari 2018:5) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

- a. Produk (*Product*) Produk seperti apa yang hendak ditawarkan, yang sangat penting disini adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk tetapi juga manfaat dan nilai dari produk.
- b. Harga (*Price*) Penentuan harga yang dipakai untuk suatu produk, hal ini sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen dan mempengaruhi image (*citra*) produk serta keputusan konsumen untuk membeli. Strategi harga berhubungan dengan pendapatan konsumen dan turut mempengaruhi penawaran.
- c. Lokasi (*Place*) Sistem pengantaran (*delivery*) yang akan diterapkan, ini merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi (cara penyampaian kepada konsumen dan diman lokasi yang strategis).
- d. Promosi (*Promotion*) Cara promosi yang harus dilakukan (proses pemilihan bauran promosi).

- e. Orang (*People*) Kualitas orang yang terlibat dalam pemberian pelayanan, berhubungan dengan seleksi, pelatihan, motivasi dan manajemen SDM. Untuk mencapai kualitas terbaik, pegawai harus dilatih untuk menyadari bahwa hal terpenting adalah memberi kepuasan kepada konsumen.
- f. Proses (*Procces*) Proses dalam semua aktivitas yang umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin, dimana pelayanan dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.
- g. Layanan konsumen (*Customer Service*) Tingkat pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen. Dimana hal ini ditujukan untuk mencapai kepuasan konsumen.

2.1.2 Harga

1. Pengertian Harga

Menurut Fandy Tjiptono (dalam Lestari 2017:14) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (dalam Desi Permata Sari 2021:28) mendefinisikan harga adalah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya.

Dari teori di atas peneliti menyimpulkan bahwa harga merupakan sesuatu hal yang penting bagi konsumen dan penyedia jasa karena harga menjadi patokan bagi konsumen, kebanyakan konsumen mencari harga yang terjangkau.

Menurut Tjiptono (dalam Thomas Milanda 2019:11) ada 4 indikator harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga

Menurut Tjiptono (dalam Muhammad Ikbal 2018:19) faktor faktor harga adalah sebagai berikut:

- a. Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk. Nilai adalah rasio atau perbandingan antara persepsi terhadap manfaat dengan biaya yang di keluarkan untuk mendapatkan produk.
- b. Harga merupakan aspek yang tampak jelas bagi para pembeli.
- c. Harga adalah determinan utama permintaan. Berdasarkan hukum permintaan, besar kecilnya harga mempengaruhi kualitas produk yang dibeli konsumen. Semakin mahal harga semakin sedikit jumlah permintaan atas produk bersangkutan dan sebaliknya.
- d. Harga berkaitan langsung dengan pendapatan dan harga .harga adalah satu – satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan bagi perusahaan yang pada gilirannya berpengaruh pada besar kecilnya laba dan pangsa pasar yang di peroleh.
- e. Harga bersifat fleksibel, artinya dapat di sesuaikan dengan cepat.

- f. Harga mempengaruhi citra dan strategi positioning. Dalam pemasaran produk harga menjadi unsur yang paling penting.
- g. Harga merupakan masalah nomor satu yang dihadapi manajer. Berdasarkan definisi di atas harga dapat disimpulkan adalah beberapa uang yang dimana harus dikeluarkan oleh seorang pengguna untuk mendapatkan suatu barang ataupun jasa yang dibelinya guna memenuhi dan keinginannya.

2.1.3 Lokasi

1. Pengertian lokasi

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (dalam Desi Permata Sari 2021:29) lokasi merupakan berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.

Menurut Tjiptono (dalam Robby Fauzi 2019:45) lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Secara garis besar, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa.

Dari beberapa teori di atas dapat disimpulkan bahwa lokasi yang strategis dapat menarik minat bagi para konsumen karena lokasi berpengaruh bagi kelangsungan perusahaan.

Menurut Fandy Tjiptono (dalam Heny Gustiani tahun 2019:15) ada 4 indikator lokasi yaitu sebagai berikut :

- a. Akses
- b. Visibilitas
- c. Lingkungan
- d. Kriteria

2. Faktor faktor Yang Mempengaruhi Lokasi

Menurut Tjiptono (dalam Afa Tri Hidayat 2018:18) menjelaskan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi lokasi sebagai berikut:

- a. Akses

Lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi umum

- b. Visibilitas

Lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal

- c. Lalu lintas (*traffic*)

Banyak orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya impulse buying. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan.

- d. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua atau roda empat

- e. Ekspansi

Tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari

- f. Lingkungan

Daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

g. Kompetisi

Apakah di jalan atau daerah yang sama terdapat banyak SPBU lainnya.

h. Peraturan pemerintah

Ketentuan yang melarang SPBU terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk

2.1.4 Layanan konsumen

1. Pengertian Layanan konsumen

Menurut Tjiptono (dalam HM Ilham 2022:11) menyatakan bahwa layanan konsumen merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber daya, fisik atau barang, dan sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Menurut Lupiyoadi (dalam Aufa Tri Hidayat 2018:12) menyatakan bahwa layanan konsumen merupakan aktivitas diseluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan antara penjualan jasa untuk memenuhi kepuasan konsumen mulai dari pemesanan, pemrosesan hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerjasama dengan konsumen, tujuannya adalah untuk memperoleh keuntungan.

Dari beberapa pengertian diatas dapat di simpulkan bahwa layanan konsumen merupakan suatu kegiatan yang ditunjukan karyawan atau pemilik untuk

memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen agar bisa mencapai kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (dalam Aufa Tri Hidayat 2018:15) terdapat 5 indikator kualitas pelayanan yaitu:

1. Keandalan
2. Jaminan
3. Empati
4. Bukti fisik

2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Layanan Konsumen

Menurut Tjiptono (dalam Pujianta ds 2020:19) terdapat 8 faktor kualitas pelayanan yaitu:

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan
2. Mengelola ekspektasi pelanggan
3. Mengelola bukti kualitas pelanggan
4. Mendidik pelanggan tentang pelayanan
5. Menumbuhkembangkan budaya kualitas
6. Menindaklanjuti pelayanan
7. Mengembangkan sistem informasi kualitas pelayanan
8. Menciptakan *automating quality*

2.2 Penelitian terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pengaruh harga, lokasi dan layanan konsumen terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut :

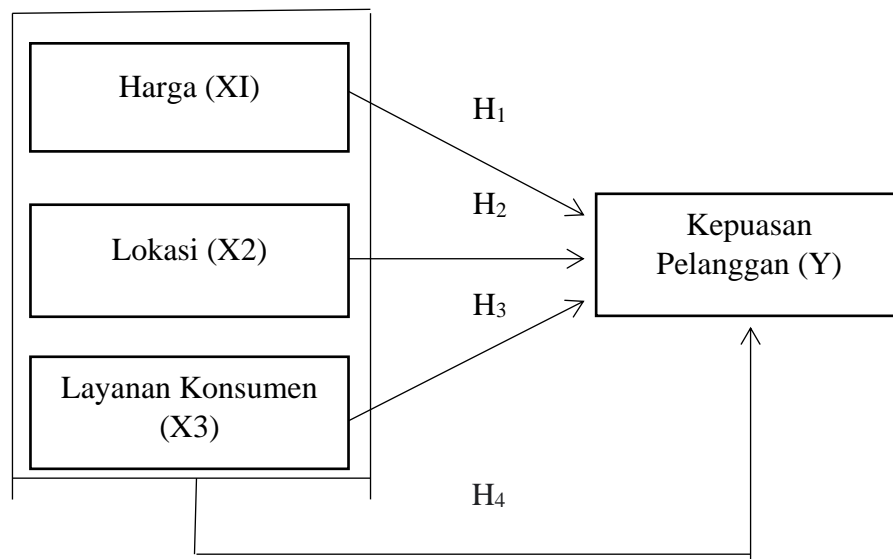
**Tabel
Penelitian terdahulu 2.1**

Nama	Judul	Variabel	Hasil analisis
Rida Melvia (2021)	Pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada lapangan futsal montella sport centre di kecamatan kupitan	Fasilitas dan lokasi (variable bebas) kepuasan konsumen (variable terikat)	Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel fasilitas dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dimana nilai t hitung variabel fasilitas > t tabel (6,938>1,990) dan nilai t hitung variabel lokasi > t tabel (2,287>1,990).
Abd. Hadi (2020)	Pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada lapangan tifosi futsal pekanbaru	Harga dan promosi (variable bebas) kepuasan konsumen (variable terikat)	Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada lapangan Tifosi Futsal Pekanbaru.
Martino Dwi Nugroho (2022)	Pengaruh layanan konsumen, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan studi pada angkringan <i>classic</i> tepi kota	Layanan konsumen, harga dan lokasi (variable bebas) kepuasan pelanggan (variable terikat)	Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas layanan konsumen, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada angkringan <i>classic</i> tepi kota.
Elvira Evanka (2022)	Pengaruh harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di G hotel syariah bandar lampung	Harga dan fasilitas (variable bebas) kepuasan pelanggan (variable terikat)	Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di G hotel syariah bandar lampung

Nama	Judul	Variabel	Hasil analisis
Yohanes (2019)	Pengaruh harga dan pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen dalam pemakaian jasa pt. Panca budi logistindo	Harga dan pelayanan jasa (variable bebas) kepuasan konsumen (variable terikat)	Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh Harga dan pelayanan jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam pemakaian jasa pt. Panca budi logistindo

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat digambarkan kerangka konseptual dalam penelitian ini, yaitu :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Sumber: Diolah sendiri

Keterangan :

Y : Kepuasan pelanggan

X₁ : Harga

X₂ : Lokasi

X₃ : Layanan konsumen

2.4 Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Diduga harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di salinka futsal Tabing Padang.

H₂ : Diduga lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di salinka futsal Tabing Padang.

H₃ : Diduga layanan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di salinka futsal Tabing Padang.

H₄ : Diduga harga, lokasi dan layanan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di salinka futsal Tabing Padang.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan waktu penelitian

Tempat penelitian ini adalah di Jl. Bungo Pasang Kel. Bungo Pasang, Kec. Koto Tangah, Kota Padang, Sumatera Barat. Penelitian ini dilakukan bulan Mei tahun 2023 sampai dengan Agustus tahun 2023.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian di Tarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di salinka futsal Tabing Padang.

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah sampel yang digunakan ini adalah sebanyak 100 orang pelanggan pelanggan di salinka futsal Tabing Padang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental sampling*. Menurut Sugiono (2008) *Sampling Insidental* adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan secara kebetulan ,yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan digunakan sebagai sampel, bila di dipandang orang itu ialah sebagai sumber data penelitian.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional variable yang dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Defenisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kepuasan pelanggan (Y)	Menurut Tjiptono (dalam Sumarsid dan Atik Budi Paryanti 2022:77) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan- harapanya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan pelanggan keseluruhan 2. Dimensi kepuasan pelanggan 3. Konfirmasi harapan 4. Kesiediaan untuk merekomendasi 	Skala likert
Harga (XI)	Menurut Fandy Tjiptono (dalam Lestari 2017:41) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 	Skala likert
Lokasi(X2)	Menurut Tjiptono (Dalam Robby fauzi 2019:45) lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Secara garis besar, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. visibilitas 3. lalu lintas 4. lingkungan 5. kriteria 	Skala likert
Layanan konsumen (X3)	Menurut Tjiptono (dalam HM Ilham 2022:11) menyatakan bahwa layanan konsumen merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas <i>intangibile</i> yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber daya, fisik atau barang, dan sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kehandalan 2. Jaminan 3. Empati 4. Bukti fisik 	Skala likert

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.4.1 Kuesioner

Menurut Sugiyono (dalam Imron, 2019:2013) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam hal ini calon peneliti menyebarkan kuesioner pada responden dan dari jawaban yang diperoleh kemudian diberi skor menggunakan skala likert.

Menurut Sugiyono (dalam Engkus, 2019:107) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang dengan fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang disebut variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

3.4.2 Observasi

Teknik pengumpulan data mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan Teknik yang lain. Jadi observasi merupakan Teknik pengumpulan data dengan cara membaca dan mengamati, mengolah laporan-laporan serta mencatat yang menunjang penelitian ini.

3.4.3 Studi Kepustakaan

Membaca dan mempelajari buku-buku serta beberapa sumber bacaan lainnya yang memuat teori-teori yang berhubungan sebagai sumber informasi bagi masalah yang dibahas.

3.4.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang diambil penulis dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden kepuasan pelanggan salinka futsal tabing padang.

Sumber data dalam penelitian ini dari hasil penyebaran kuesioner yang berisi pertanyaan dan pernyataan tertulis pada responden untuk di jawab

Tabel 3.2
Skala Penilaian Kepuasan Pelanggan

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Puas (STP)	1
Tidak Puas (TP)	2
Cukup Puas (CP)	3
Puas (P)	4
Sangat Puas (SP)	5

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Jogiyanto (2010:135) Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengajuan mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukur dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda.

A. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 22, dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid.
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode Cronbach's α . Metode ini diukur berdasarkan skala α Cronbach 0 sampai 1.

Tabel 3.3
Uji reabilitas

VARIABEL	ITEM CODE	R HITUNG	=	R TABEL	KESIMPULAN
Kepuasan Pelanggan	Xx	Xx	>	Xx	Xx
Harga	Xx	Xx	>	Xx	Xx
Lokasi	Xx	Xx	>	Xx	Xx
Layanan Konsumen	Xx	Xx	>	Xx	Xx

Sumber : Sugiyono, 2018

Jika skala itu itu dikelompok ke dalam tiga kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan α dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai α Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti sangat tidak reliable
- b. Nilai α Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti tidak reliable
- c. Nilai α Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliable

C. Tingkat Capaian Responden (Kepuasan)

Menurut Kotler (2008:36) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan apabila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama.

Untuk mendapatkan rata-rata skor masing-masing indikator dipakai rumus:

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{(5.SP)+(4.P)+(3.CP)+(2.TP)+(1.STP)}{SP+CP+TP+STP}$$

Untuk mencari tingkat pencapaian jawaban responden digunakan rumus:

$$\text{TCR} = \frac{\text{Rata-rata skor} \times 100\%}{\text{Skor maksimum}}$$

Menurut Sugiyono (2013:184) kriteria penilaian TCR% adalah sebagai berikut:

1. 80-100% = Sangat Puas
2. 60<80% = Puas
3. 40<60% = Cukup Puas
4. 20<40% = Tidak Puas
5. <20% = Sangat Tidak Puas

3.5.2 Regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variable tertentu bila variable lain berubah. Sugiyono (2010, p.277), dikatakan regresi berganda karena jumlah variable independennya lebih dari satu.

Analisis regresi berganda dapat dilakukan apabila terdapat minimal 2 variabel independen dengan rumus :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

\hat{Y} : Kepuasan pelanggan

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

X_1 : Harga

X_2 : Lokasi

X_3 : Layanan Konsumen

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji regresi, tahap awal yang perlu dilakukan adalah melakukan pengujian asumsi klasik terhadap persamaan regresi berganda

1. Uji Normalitas data

Menurut Ghozali (2018:111) uji normalitas dimaksud untuk menguji apakah dalam model regresi nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi sebagian besar mendekati nilai rata-rata. Uji normalitas ini digunakan *kolmogoro-smirnof* yaitu uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Nilai residual terstandarisasi normal jika k -hitung < dari t-table atau nilai sig < alpha. Uji ini dilakukan menggunakan langkah sebagai berikut :

- a. membuat persamaan regresi
- b. mencari nilai prekdisinya
- c. mencari nilai residual
- d. membuat standarisasi nilai residualnya
- e. menggunakan nilai residual tersandarisasi dari yang kecil sampai terbesar
- f. Mencari nilai Z, relative kumulatif
- g. mencari nilai Z, teoritas berdasarkan table Z
- h. Mneghitung selisih nilai Z, dengan Z, dan diberi symbol K
- i. Mencari nilai K mutlak terbesar dan diberi nama K hitung
- j. Membandingkan nilai K hitung dengan tabel *kolmogorov-Smornov* (K tabel)
- k. Menarik kesimpulan kenormalan data

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (dalam Maya 2019:45) Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen, jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikonlinieritas dalam model regresi, dapat dilihat dari tolerance value dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model regresi tersebut tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Setelah terpenuhinya pengujian pada asumsi klasik maka diperoleh persamaan regresi linear bergandadugaaan yaitu:

$$\hat{Y} = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan:

\hat{Y} = Variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan

X_1 = Variabel independen yaitu harga

X_2 = Variabel independen yaitu lokasi

X_3 = Variabel independent yaitu layanan konsumen

b_0 = Nilai konstata

$b_1 b_2$ = Kofesien arah regresi

3. Uji Heteroskedasisitas

Menurut Jonatan Sarwono (2017:98) heteroskasisitas berarti varian variabel pada model regresi yang tidak sama atau konstan. Sebaiknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai nilai yang sama konstatn, maka disebut dengan homoskedastistas. Menurut Ghozali (2013:142) uji heteroskasisitas ini digunakan metode *Glajser* dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai ,utlak residualnya. Persamaan uji *Glajser* adalah sebagai berikut:

$$|v_1| = \alpha + \beta X_1 + V_1$$

Keterangan:

$|v_1|$ = nilai residual mutlak

X_1 = Variabel bebas

Jika β signifikan maka terdapat pengaruh variabel bebas terhadap nilai residual mutlak sehingga dinyatakan terdapat gejala heteroskedastisitas. Demikian pula sebaiknya.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara data keserangkaian data observasi diuraikan menurut waktu atau ruang. Menurut Jonatan Sarwono (2017:98) otokorelasi mempunyai makna terjadi korelasi antar nilai dalam satu variabel yang sama. Uji autorelasi ini menggunakan metode Durbin Watson (DW). Kisaran nilai DW mulai dari 0-4. Pada penerapan uji initerdapat beberapa asumsi penting yang harus dipenuhi, yaitu:

1. Model regresi yang dilakukan harus menggunakan konstanta
2. Variabel bebas adalah non-stokastik atau relative tetap
3. Kesalahan pengganggu atau residual diperoleh dengan otoregresif order pertama
4. Model regresi tidak meliputi nilai kelembanam (log) dari variabel tidak bebas sebagai variabel penjelas
5. Dalam melakukan regresi tidak boleh ada data atau observasi yang hilang.

Analisis regresi berganda dapat dilakukan apabila terdapat minimal 2 variabel independen dengan rumus :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 + X_3$$

3.5.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian terhadap suatu pernyataan dengan menggunakan metode statistic sehingga hasil pengujian dapat di nyatakan sikhnikakaan secara statistik.

1. Uji Parsial (t)

Menurut Ghozali (2013:98) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable independen secara individual dalam menerangkan variable dependen.

2. Uji Simultan(f)

Uji simultan f digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variable dependen (Ghozali,2011). Apabila $F_{hitung} > F_{table}$ dan probabilitas signifikansi < 0.05 , maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variable dependen.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Mempunyai tujuan untuk mengukur kemampuan modal dalam menerangkan variasi dependen. nilai koefisien determinasi berkisar antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan adanya variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel-variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa adanya variable-variabel bebas memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel-variabel dependen (Ghozali 2018:95)

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Salinka Futsal

Salinka futsal merupakan salah satu penyedia jasa lapangan futsal yang berdiri di kota padang yang didirikan oleh H. Syaiful tahun 2012 dengan ukuran panjang dan lebar lapangan 25x15 meter, salinka futsal memiliki dua lapangan dengan panjang dan lebar yang sama.

Salinka futsal memiliki fasilitas seperti lapangan yang berkualitas, kamar mandi pria dan wanita, mushallah, cafe, dan ruang ganti kostum pemain, semua fasilitas ini disediakan agar konsumen merasa puas dan nyaman bermain di salinka futsal.

Salinka futsal menawarkan harga rata-rata Rp.125.000/jam dan memberikan kompensasi waktu kepada tim yang terlambat datang ke lapangan selama 10 menit saja, bagi tim yang terlambat datang sesuai dengan waktu yang telah ditentukan maka waktu yang berjalan akan terus di hitung.

Metode pemesanan yang ada di salinka futsal adalah dengan melakukan *booking* langsung ke lapangan atau bisa melalui *booking* via *whatsapp* (085355309062).

4.2 Hasil Dan Pembahasan

4.2.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang di peroleh melalui kusioner yang diberikan pelanggan Salinka Futsal Tabing padang sebagai responden maka dapat di ketahui karakteristik setiap pelanggan berupa jenis kelamin dan umur. Hal ini diperlukan untuk melihat gambaran umum dari pelanggan.

Tabel 4.1
Klasifikasi jenis kelamin

No	Kategori	Frekuensi (Orang)	Presentasi
1	Pria	95	95
2	Wanita	5	5
Jumlah		100	100

Sumber : kusioner penelitian 2023

Berdasarkan tabel di atas dari 100 responden diperoleh jumlah responden laki-laki 95 orang (95%) sedangkan responden perempuan berjumlah 5 orang (5%)

Tabel 4.2
Klasifikasi Umur

No	Kategori	Frekuensi (Tahun)	Presentasi
1	10-20	5	5
2	21-30	85	85
3	31-40	10	10
Jumlah		100	100

Sumber : kusioner penelitian 2023

Klasifikasi dari kategori umur 10-20 tahun berjumlah 5 orang (5%), kategori umur 21-30 tahun berjumlah 85 orang (85%), kategori umur 31-40 tahun berjumlah 10 orang (10%).

Tabel 4.3
Klasifikasi Jadwal Main

No	Jadwal	Frekuensi (Waktu)	Presentasi
1	Siang	40	40
2	Malam	60	60
Jumlah		100	100

Sumber : kusioner penelitian 2023

Klasifikasi dari kategori main siang berjumlah 40 orang (40%), kategori main malam berjumlah 60 orang (60%).

Tabel 4.4
Klasifikasi Status

No	Status	Frekuensi (Profesi)	Presentasi
1	Siswa	5	5
2	Mahasiswa	85	85
3	Wiraswasta	10	10
Jumlah		100	100

Sumber : kusioner penelitian 2023

Klasifikasi dari kategori status siswa berjumlah 5 orang (5%), kategori status mahasiswa berjumlah 85 orang (85%), kategori status wiraswasta berjumlah 10 orang (10%).

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memenuhi taraf kesesuaian dan kecepatan alat ukur (instrumen) dalam menilai suatu objek penelitian. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dan diinginkan dengan tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Pengujian validitas pada taraf signifikan yang digunakan (α) 5% (0.05) Yaitu :

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kuesioner dinyatakan valid
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner dinyatakan tidak valid

Kuesioner penelitian dari keseluruhan variabel terdiri dari 32 item yang disebarkan kepada pelanggan salingka futsal Tabing. Hasil perhitungan korelasi untuk skor setiap butir pertanyaan dengan total skor keseluruhan variabel dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	P1	0,528	0,194	Valid
	P2	0,482	0,194	Valid
	P3	0,531	0,194	Valid
	P4	0,534	0,194	Valid
	P5	0,432	0,194	Valid
	P6	0,468	0,194	Valid
	P7	0,586	0,194	Valid
	P8	0,606	0,194	Valid
Harga (X₁)	P1	0,595	0,194	Valid
	P2	0,604	0,194	Valid
	P3	0,580	0,194	Valid
	P4	0,575	0,194	Valid
	P5	0,642	0,194	Valid
	P6	0,665	0,194	Valid
	P7	0,564	0,194	Valid
	P8	0,570	0,194	Valid
Lokasi (X₂)	P1	0,742	0,194	Valid
	P2	0,697	0,194	Valid
	P3	0,460	0,194	Valid
	P4	0,598	0,194	Valid
	P5	0,465	0,194	Valid
	P6	0,677	0,194	Valid
	P7	0,698	0,194	Valid
	P8	0,707	0,194	Valid
Layanan Konsumen (X₃)	P1	0,705	0,194	Valid
	P2	0,587	0,194	Valid
	P3	0,578	0,194	Valid
	P4	0,467	0,194	Valid
	P5	0,756	0,194	Valid
	P6	0,458	0,194	Valid
	P7	0,429	0,194	Valid
	P8	0,439	0,194	Valid

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 22

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.5, dapat diketahui bahwa R hitung dari setiap item pertanyaan lebih besar dari R tabel (0.194) maka dapat disimpulkan bahwa data dinyatakan valid, hal ini mengacu terhadap ketentuan uji validitas dimana jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka data dinyatakan valid dan juga sebaliknya jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka data tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Selanjutnya butir instrumen yang telah valid di atas diuji reliabilitasnya dengan teknik *cronbuch alpha* yakni membandingkan nilai-nilai instrumen. Berikut ini sajikan nilai reliabilitas untuk keempat variabel (Harga, Lokasi, Layanan Konsumen dan Kepuasan Pelanggan) yaitu:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₁, X₂, X₃ dan Y

Variabel	Nilai Reliabilitas	Status
Harga (X ₁)	0,741	Reliabel
Lokasi (X ₂)	0,784	Reliabel
Layanan Konsumen (X ₃)	0,672	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,619	Reliabel

Sumber: Hasil pengelolaan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, maka variabel harga, lokasi, layanan konsumen dan kepuasan pelanggan di nyatakan reliabel. Hal ini dapat di lihat dari nilai variabel harga (X₁) sebesar $0,741 > 0,60$ variabel lokasi (X₂) sebesar $0,784 > 0,60$ variabel layanan konsumen (X₃) $0,672 > 0,60$ dan variabel terikat kepuasan pelanggan (Y) sebesar $0,619 > 0,60$. Berdasarkan hasil tersebut jika nilai reliabilitas semakin mendekati 1, maka instrumen penelitian semakin baik. Nilai reliabilitas instrumen di atas menunjukkan tingkat reliabilitas instrumen penelitian sudah memadai karena sudah mendekati 1 ($> 0,60$).

c. TCR (Tingkat Capaian Responden)

Dalam penelitian yang dilakukan terdapat 4 variabel yaitu Harga (X_1) Lokasi (X_2) Layanan Konsumen (X_3) dan Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat.

1. Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Harga (X_1)

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuesioner tentang Harga (X_1), terlihat bahwa distribusi tabulasi dari jawaban responden dari item-item variabel tersebut tampak pada tabel dibawah ini. Berikut hasil tabulasi jawaban responden.

Tabel 4.7
Tabulasi Data Responden Variabel Harga (X_1)

Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	Rata-rata	%	KETERANGAN
X1.1	42	57	1	-	-	4,41	88,2	SANGAT PUAS
X1.2	52	47	-	1	-	4,5	90	SANGAT PUAS
X1.3	47	48	5	-	-	4,42	88,4	SANGAT PUAS
X1.4	49	47	3	1	-	4,44	88,8	SANGAT PUAS
X1.5	44	55	1	-	-	4,43	88,6	SANGAT PUAS
X1.6	46	54	-	-	-	4,46	89,2	SANGAT PUAS
X1.7	45	54	-	1	-	4,43	88,6	SANGAT PUAS
X1.8	48	52	-	-	-	4,48	89,6	SANGAT PUAS
TOTAL						4,44	88,9	

Sumber: Hasil pengelolaan microsoft excel 2010

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diperoleh informasi bahwa nilai rata-rata variabel harga adalah sebesar 4,44 dapat total capaian responden harga adalah 88,9 dengan kriteria Sangat Puas. Sampai sejauh ini pelanggan masih terus menggunakan jasa lapangan salingka futsal.

2. Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Lokasi (X₂)

Berdasarkan data yang dikumpul dari kuesioner tentang lokasi (X₂), terlihat bahwa distribusi tabulasi dari jawaban responden dari item-item variabel tersebut tampak pada tabel 4.8 dibawah ini. Berikut hasil tabulasi jawaban responden.

Tabel 4.8
Tabulasi Data Responden Variabel Lokasi (X₂)

Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	Rata-rata	%	KETERANGAN
X2.1	41	59	-	-	-	4,41	88,2	SANGAT PUAS
X2.2	42	58	-	-	-	4,42	88,4	SANGAT PUAS
X2.3	45	55	-	-	-	4,45	89	SANGAT PUAS
X2.4	57	43	-	-	-	4,57	91,4	SANGAT PUAS
X2.5	50	49	1	-	-	4,49	89,8	SANGAT PUAS
X2.6	46	54	-	-	-	4,46	89,2	SANGAT PUAS
X2.7	35	63	2	-	-	4,33	86,6	SANGAT PUAS
X2.8	34	65	-	-	1	4,31	86,2	SANGAT PUAS
TOTAL						4,43	88,6	

Sumber: Hasil pengelolaan microsoft excel 2010

Dari tabel 4.8 dapat diperoleh informasi bahwa nilai rata-rata variabel lokasi adalah sebesar 4,43 dapat total capaian responden lokasi adalah 88,6% dengan kriteria Sangat Puas. Tanggapan pelanggan menunjukkan bahwa mereka sangat puas mengenai lokasi lapangan salingka futsal.

3. Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Layanan Konsumen (X₃)

Berdasarkan data yang dikumpul dari kuesioner tentang layanan konsumen (X₃), terlihat bahwa distribusi tabulasi dari jawaban responden dari item-item variabel tersebut tampak pada tabel 4.9 dibawah ini. Berikut hasil tabulasi jawaban responden.

Tabel 4.9
Tabulasi Data Responden Variabel Layanan Konsumen (X₃)

Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	Rata-rata	%	KETERANGAN
X3.1	35	60	3	2	-	4,28	85,6	SANGAT PUAS
X3.2	40	56	3	-	1	4,34	86,8	SANGAT PUAS
X3.3	39	55	5	-	1	4,31	86,2	SANGAT PUAS
X3.4	36	58	3	2	1	4,26	85,2	SANGAT PUAS
X3.5	34	46	20	-	-	4,14	82,8	SANGAT PUAS
X3.6	44	48	7	-	1	4,34	86,8	SANGAT PUAS
X3.7	46	46	7	1	-	4,37	87,4	SANGAT PUAS
X3.8	42	53	1	3	1	4,32	86,4	SANGAT PUAS
TOTAL						4,29	85,9	

Sumber: Hasil pengelolaan SPSS 22

Dari tabel 4.9 dapat diperoleh informasi bahwa nilai rata-rata variabel Layanan Konsumen adalah sebesar 4,29 dapat total capaian responden kepuasan pelanggan adalah 85,9% dengan kriteria Sangat Puas. Dengan pelayanan yang diberikan salingka futsal membuat pelanggan merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan.

4. Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan data yang dikumpul dari kuesioner tentang kepuasan pelanggan (Y), terlihat bahwa distribusi tabulasi dari jawaban responden dari item-item variabel tersebut tampak pada tabel 4.10 dibawah ini. Berikut hasil tabulasi jawaban responden.

Tabel 4.10
Tabulasi Data Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	Rata-rata	%	KETERANGAN
Y1	50	48	2	-	-	4,48	89,6	SANGAT PUAS
Y2	54	45	1	-	-	4,53	90,6	SANGAT PUAS
Y3	57	42	1	-	-	4,56	91,2	SANGAT PUAS
Y4	51	48	1	-	-	4,5	90	SANGAT PUAS
Y5	50	49	1	-	-	4,49	89,8	SANGAT PUAS
Y6	41	57	2	-	-	4,39	87,8	SANGAT PUAS
Y7	40	52	8	-	-	4,32	86,4	SANGAT PUAS
Y8	44	53	3	-	-	4,41	88,2	SANGAT PUAS
TOTAL						4,46	89,2	

Sumber: Hasil pengelolaan SPSS 22

Dari tabel 4.10 dapat diperoleh informasi bahwa nilai rata-rata variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 4,46 dapat total capaian responden kepuasan pelanggan adalah 89,2% dengan kriteria Sangat Puas. Tanggapan responden menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang sangat puas dengan kriteria 89,2% yang berada pada $80 < 100\%$.

4.2.3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.591	2.390		4.431	.000
Harga	.390	.091	.444	4.268	.000
Lokasi	.128	.087	.147	1.459	.148
Layanan Konsumen	.191	.081	.231	2.362	.020

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengelolaan SPSS 22

Dari tabel 4.11 dapat dilihat persamaan linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$\hat{Y} = 10.591 + 0.390X_1 + 0.128X_2 + 0.191X_3$$

4.2.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik atas persamaan regresi berganda yang digunakan. Terdapat empat asumsi klasik yang harus dipenuhi sebelum dilakukan regresi pada model persamaan yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak.

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.54700952
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.034
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil pengelolaan SPSS 22

Dari Tabel 4.12 terlihat bahwa hasil uji menyatakan bahwa nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)* $0,200 > \alpha = 0,05$. Dengan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini telah terdistribusi normal, karena nilai signifikan dari uji normalitas untuk masing-masing variabel lebih besar dari α ($\alpha = 0,05$) yaitu $0,200 > \alpha = 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.591	2.390		4.431	.000		
Harga	.390	.091	.444	4.268	.000	.441	2.266
Lokasi	.128	.087	.147	1.459	.148	.472	2.119
Layanan Konsumen	.191	.081	.231	2.362	.020	.501	1.997

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Sumber: Hasil pengelolaan SPSS 22

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10, Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada Multikolinearitas antar semua variabel (bebas) harga (X_1) lokasi (X_2) dan layanan konsumen (X_3) dalam penelitian ini berarti tidak ada korelasi antar variabel bebas. Model pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik karena tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang dioperasikan telah mempunyai *variance* yang sama (homogen) atau sebaliknya (heterogen). Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas, akan digunakan uji Glejser. Model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas apabila nilai signifikan variabel bebasnya terhadap nilai absolut residual statistic di atas $\alpha = 0,05$.

Tabel 4.14
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.949	1.459		-.650	.517
Harga	.004	.056	.010	.067	.947
Lokasi	.004	.053	.012	.081	.935
Layanan Konsumen	.054	.049	.156	1.099	.275

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Hasil pengelolaan SPSS 22

Dalam uji ini, apabila hasilnya $\text{sig } \alpha > \alpha = 0,05$ maka tidak terdapat gejala heteroskedasitas, Model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedasitas. Pada tabel 4.14 dapat dilihat nilai sig.0,517 untuk variabel harga 0,947 untuk variabel lokasi 0,935 untuk variabel layanan konsumen 0,275. Maka disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedasitas pada penelitian ini.

d. Uji Autokoralasi

Uji ini digunakan untuk mengetahui adanya korelasi antara data serangkaian data observasi diuraikan menurut waktu dan ruang:

Tabel 4.15
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.735 ^a	.541	.526	1.571	2.129

a. Predictors: (Constant), Layanan Konsumen, Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengelolaan SPSS 22

Berdasarkan pengujian di dapat nilai DW sebesar 2.129. Pengambilan keputusan ini memerlukan nilai bantu yang diperoleh nilai tabel Durbin-Watson yaitu nilai dL dan dU dengan $K = \text{Variabel bebas}$ dan $n = \text{ukuran sampel}$. Jika nilai Durbin –Watson berada diantara nilai dU hingga $4-dU$ berarti asumsi tidak terjadi autokorelasi terpenuhi. Jadi apabila dilihat tabel Durbin-Watson $n=100$, $k=3$ maka akan diperoleh nilai $dL = 1,6131$ dan $dU=1,7364$ sehingga nilai $4-dU$ sebesar $4-1,7364 = 2,2636$ sedangkan nilai dL $4-1,6131 = 2,3869$. Berarti nilai DW berada diantara nilai dU ($4-Du$) yaitu $(1,7364 < 2,3869 > 2,2636)$. Berdasarkan Uji Autokorelasi menggunakan metode Durbin - Watson maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada model regresi ini.

4.2.5 Uji Hipotesis

Uji yang bertujuan untuk menarik kesimpulan mengenai suatu populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel populasi tersebut, maka dilakukan uji statistik sebagai berikut:

a. Uji Persial (t)

Tabel 4.15
Hasil Uji Persial (t)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.591	2.390		4.431	.000
Harga	.390	.091	.444	4.268	.000
Lokasi	.128	.087	.147	1.459	.148
Layanan Konsumen	.191	.081	.231	2.362	.020

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengelolaan SPSS 22

Berdasarkan hasil olahan data statistik pada Tabel 4.15, maka dapat dilihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara persial adalah sebagai berikut :

1. Variabel Harga

Hasil pengujian diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel harga menunjukkan nilai t_{hitung} 4.268 dengan nilai t_{tabel} 1,984. Berarti nilai t_{hitung} $4.268 > 1,984$ artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan.

2. Variabel Lokasi

Hasil pengujian diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel lokasi sebesar 1.495 dengan nilai t_{tabel} 1,984. Berarti nilai t_{hitung} $1.495 < 1,984$ artinya lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan.

3. Variabel Layanan Konsumen

Hasil pengujian diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel layanan konsumen sebesar 2,362 dengan nilai t_{tabel} 1,984. Berarti nilai t_{hitung} $2,362 > 1,984$ artinya layanan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan.

b. Uji Simultan (F)

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

Tabel 4.16
Uji Simultan (F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	279.069	3	93.023	37.691	.000 ^b
Residual	236.931	96	2.468		
Total	516.000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Layanan Konsumen, Lokasi, Harga

Sumber: Hasil pengelolaan SPSS 22

Hasil perhitungan Statistik menunjukkan nilai F_{hitung} 37,691 dengan F_{tabel} 2,696 sehingga $sig_{hitung} < sig_{total}$ dengan sig $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan secara bersama-sama harga, lokasi, dan layanan konsumen terhadap kepuasan

pelanggan karena $F_{hitung} 37,691 > F_{tabel} 2,696$.

c. Uji Determinasi (R^2)

Tabel 4.17
Uji Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.541	.526	1.571

a. Predictors: (Constant), Layanan Konsumen, Lokasi, Harga

Sumber: Hasil pengelolaan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisiennya adalah 0,541 atau 54,1%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase variabel independen (harga, lokasi dan layanan konsumen) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 54,1% atau dengan kata lain variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 54,1% sedangkan sisanya sebesar 45,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

4.2.6 Interpretasi Persamaan Regresi Linear Berganda

$$\hat{Y} = 10,591 + 0,390 X_1 + 0,128 X_2 + 0,191 X_3$$

Persamaan regresi dengan yang di peroleh memenuhi syarat-syarat statistik yaitu uji asumsi klasik, uji t dan uji f, maka persamaan garis regresi dengan dugaan dapat digunakan sebagai alat pengukur, yaitu:

1. β_0 (Konstanta)

Nilai konstanta diperoleh sebesar 10,591 satuan hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel harga (X_1) lokasi (X_2) layanan konsumen (X_3) bernilai 0, maka kepuasan pelanggan sebesar 10,591 satuan.

2. β_1 X_1 (Koefisien Variabel Harga)

Nilai koefisien regresi variabel harga (X_1) diperoleh sebesar 0.390 satuan, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel harga (X_1) sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 3,90 satuan dengan asumsi variabel X_2 dan X_3 dianggap tetap.

3. β_3 X_2 (Koefisien Lokasi)

Nilai koefisien regresi variabel lokasi (X_2) diperoleh sebesar 0.128 satuan, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel lokasi (X_2) sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 1,28 satu satuan dengan asumsi variabel X_1 dan X_3 dianggap tetap.

4. β_4 X_3 (Koefisien Variabel Layanan Konsumen)

Nilai koefisien regresi variabel layanan konsumen (X_3) diperoleh sebesar 0,191 satuan, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel layanan konsumen (X_3) sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 1,91 satuan dengan asumsi variabel X_1 dan X_2 dianggap tetap.

4.3 Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari tiga variabel independen yang diteliti, semua hipotesis diterima yaitu Harga, Lokasi dan Layanan Konsumen berpengaruh.

pembahasan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di salinka futsal tabing padang. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,268 dan t_{tabel} sebesar 1,984 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis (H1) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di salinka futsal tabing padang. Hasil ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Abd. Hadi (2020) pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada lapangan tifosi futsal pekanbaru. Yang mana hasilnya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga menunjukkan bahwa jika harga relatif murah atau terjangkau maka konsumen akan merasa puas. Maka dapat di simpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di salinka futsal tabing padang . Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,459 dan t_{tabel} 1,984 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis (H2) tidak diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa

lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di salinka futsal tabing padang. Hasil ini berbanding terbalik dengan yang telah diteliti oleh Rida Melvia (2021) Pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada lapangan futsal montella center di kecamatan kupitan. Dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh layanan konsumen terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh layanan konsumen terhadap kepuasan pelanggan di salinka futsal tabing padang. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,362 dan t_{tabel} 1,984 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis (H3) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di salinka futsal tabing padang. Hasil ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Martino Dwi Nugroho (2022) Pengaruh layanan konsumen, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan studi pada angkringan *classic* tepi kota. Yang mana hasilnya layanan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan jika layanan konsumen dipertanyakan maka pelanggan akan merasa puas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh harga, lokasi dan layanan konsumen terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh harga dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,268 dan t_{tabel} sebesar 1,984, lokasi dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,459 dan t_{tabel} 1,984 maka hipotesis, layanan konsumen dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,362 dan t_{tabel} sebesar 1,984, maka hipotesis (H_4) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga dan layanan konsumen secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Salinka Futsal Tabing Padang, sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Salinka Futsal Tabing Padang.

5. Hasil penelitian uji koefisien Determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square 0,541 atau 54,1%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase variabel independen (harga, lokasi dan layanan konsumen) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 54,1% atau dengan kata lain variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 54,1% sedangkan sisanya sebesar 45,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Salingka Futsal Tabing Padang dapat disimpulkan bahwa :

1. Harga menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 4,431 dan t_{tabel} sebesar 1,984 dengan $sig\ 0,000 < \alpha\ 0,05$ menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Salingka Futsal Tabing Padang.
2. Lokasi menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 1,459 dan t_{tabel} 1,984 dengan $sig\ 0,148 > \alpha\ 0,05$ menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Salingka Futsal Tabing Padang.
3. Layanan konsumen menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,362 dan t_{tabel} 1,984 dengan $sig\ 0,020 < \alpha\ 0,05$ menunjukkan bahwa layanan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Salingka Futsal Tabing Padang.
4. Harga menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 4,268 dan t_{tabel} sebesar 1,984 dengan $sig\ 0,000 < \alpha\ 0,05$. Lokasi menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 1,459 dan t_{tabel} 1,984 dengan $sig\ 0,148 > \alpha\ 0,05$. Layanan Konsumen menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,362 dan t_{tabel} 1,984 dengan $sig\ 0,020 < \alpha\ 0,05$ bahwasanya harga, lokasi dan layanan konsumen secara sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena $F_{hitung}\ 37,691 > F_{tabel}\ 2,696$.

5. Hasil penelitian uji koefisien Determinasi R^2 menunjukkan bahwa nilai R Square 0,541 atau 54,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 54,1%, sedangkan sisanya sebesar 45,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan, peneliti memberi saran sebagai bahan pertimbangan serta masukan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah harga. Maka pihak perusahaan juga harus mempertahankan fasilitas yang ada sesuai dengan harga yang ditawarkan agar pelanggan salinka futsal lebih merasa puas.
2. Dalam penelitian ini variabel layanan konsumen juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka disarankan untuk pihak salinka futsal tetap mempertahankan pelayanan kepada konsumen agar mereka lebih nyaman lagi bermain di salinka futsal.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, Desi Purwanti dan Martinus Febrian Adiwinata. (2013). **“Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kopitiam Oey Surabaya”**. Jurnal Manajemen Jasa Vol.2 No.1.
- Ghozali, Imam. (2018). **“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25”**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Indra F. (2017). **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam”**. ISSN: 2598-8107. Fakultas Ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo. Batam.
- Jogiyanto. (2011). **“Metodologi Penelitian Bisnis, Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman”**. BPFE. Yogyakarta.
- Jonathan Sarwono. (2015). **“Rumus-Rumus Populer dalam SPSS 22 untuk Riset Skripsi”**. Yogyakarta
- Kotler dan Keller. (2008). **“Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas, PT. Indeks. Jakarta”**.
- Lupiyoadi, (2014). **”Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi Ketiga”**. Jakarta: Salemba Empat.
- Mongka, Lotje. (2017). **”Pengaruh kualitas produk, harga, dan tempat terhadap kepuasan konsumen pada pasar tradisional Remboken”**.
- Muhtarom, Warso, Hasiolan. (2015). **“Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan SBC Semarang. Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang”**.
- Pangestu. (2019). **“Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk, Display Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopmart Al-Kautsar Iain Tulungagung”**.
- Panjaitan & Yuliati. (2016). **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]”**.
- Rifqi Purwo Adi. (2013). **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening”**.
- Setiawan, R., Kosasih, K., & Sudrajat, A. (2019). **“Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang”**.
- Sugiyono, (2004). **“Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta”**.

- Sugiyono.(2018). **“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung”**
- Tjiptono. (2001). **“Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen”**. BPFE. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2006). **“Strategi Pemasaran. Yogyakarta”**: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. (2002). **“Manajemen Jasa. Yogyakarta”**.
- Ubaidillah Al Ahror. (2017). **”Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Milkmoov”**. Jurnal Ilmu Riset Manajemen, ISSN: 2461-0593. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.

LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Yth, Saudara/I Responden

Perkenalkan nama saya Lasin Rofal mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Saat ini saya sedang melaksanakan skripsi untuk memenuhi syarat meraih gelar strata satu (S1) yang berjudul “Pengaruh Harga, Lokasi Dan Layanan Konsumen di Salinka Futsal Tabing Padang”.

Dengan ini saya mengharapkan Saudara/i bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini dengan benar dan tepat, sehingga dapat membantu untuk melengkapi data yang saya butuhkan. Data yang diterima dari hasil kuesioner ini akan terjamin kerahasiannya dan tidak akan digunakan untuk kepentingan lain, selain untuk skripsi.

Terima kasih atas kesediaan dan partisipasinya. Wassalamu'aikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat saya,

Lasin Rofal

KUESIONER PENELITIAN

A. Identitas Responden

Untuk kelengkapan data penelitian kami mohon saudara/i mengisi data di bawah ini dengan memberikan tanda ✓ di kolom jawaban yang di pilih :

1. Nama :
2. Umur : 10-20 Tahun
 21-30 Tahun
 31-40 Tahun
3. Jenis Kelamin : Pria Wanita
4. Jadwal Main : A. Siang
 B. Malam
5. Status : A. Siswa
 B. Mahasiswa
 C. Wiraswasta

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda ✓ pada salah satu pilihan jawaban yang ada sesuai dengan kolom yang tersedia. Penelitian ini hanya di lakukan semata-mata untuk kepentingan ilmu pengetahuan dan kepentingan proposal penelitian, di harapkan bapak/ibu dapat memberikan jawaban sesuai kondisi/keadaan sebenarnya. Terimakasih atas partisipasi bapak/ibu dalam mengisi kuesioner ini. Penelitian ini dapat di lakukan. Skala berikut ini.

No	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Puas (STP)	1
2.	Tidak Puas (TP)	2
3.	Cukup Puas (CP)	3
4.	Puas (P)	4
5	Sangat Puas(SP)	5

Contoh :

No	Pernyataan	SP (5)	P (4)	CP (3)	TP (2)	STP (1)
1.	Apakah anda puas bermain futsal di Salinka Futsal Tabing Padang	✓				

1. Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	SP (5)	P (4)	CP (3)	TP (2)	STP (1)
A.	Kepuasan Pelanggan Keseluruhan					
1.	Apakah anda puas bermain di salinka futsal					
2.	Apakah anda puas dengan fasilitas yang ada di salinka futsal					
B.	Dimensi Kepuasan Pelanggan					
1.	Apakah anda memiliki keinginan untuk bermain kembali ke salinka futsal karena merasa puas					
2.	Apakah anda merasa puas jika salinka futsal dijadikan tempat untuk latihan bermain futsal.					
C.	Konfirmasi Harapan					
1.	Saya berharap salinka futsal meningkatkan fasilitas yang ada.					
2.	Saya harap salinka futsal terus memberikan variasi terbaru.					
D.	Kesediaan Untuk Merekomendasi					
1.	Apakah anda merekomendasikan salinka futsal ke orang lain karena merasa puas.					
2.	Saya mulai bermain salinka futsal karena di rekomendasikan teman.					

2. Harga

No	Pernyataan	SP (5)	P (4)	CP (3)	TP (2)	STP (1)
A.	Keterjangkauan Harga					
1.	Saya merasa puas dengan harga yang ditawarkan					
2.	Saya merasa puas dengan harga yang terjangkau sehingga saya bermain kembali di Salinka Futsal					
B.	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Jasa					
1.	Saya merasa puas dengan harga yang ditawarkan karena sesuai dengan kualitas yang diberikan.					
2.	Saya merasa puas dengan harga yang ditawarkan karena sesuai dengan apa yang diinginkan					
C.	Daya Saing Harga					
1.	Saya memilih main di Salinka Futsal karena harga nya lebih terjangkau dari tempat lain.					
2.	Saya merasa puas bermain di Salinka Futsal dikarenakan harga dan fasilitas yang diberikan sesuai keinginan.					
D.	Kesesuaian Harga Dan Manfaat					
1.	Apakah harga dan manfaat dari Salingka Futsal memberikan kepuasan pada pelanggan					
2.	Apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan.					

3. Lokasi

No	Pernyataan	SP (5)	P (4)	CP (3)	TP (2)	STP (1)
A.	Akses					
1.	Saya puas bermain di salinka futsal karena jarak tempuh nya yang dekat.					
2.	Saya puas bermain di salinka futsal karena adanya transportasi umum.					
B.	Visibilitas					
1.	Saya merasa puas bermain di salinka futsal karena kondisi lapangan yang bagus.					
2.	Saya merasa puas bermain di salinka futsal karena disediakan tempat nongkrong.					
C.	Lingkungan					
1.	Apakah anda puas dengan lingkungan yang ada di Salinka Futsal.					
2.	Apakah anda puas dengan Salinka Futsal yang memiliki lingkungan yang tenang dan jauh dari keramaian.					
D.	Kriteria					
1.	Apakah anda puas bermain di Salinka futsal karena memiliki tempat yang strategis.					
2.	Salinka futsal sudah banyak dikenal konsumen.					

4. Layanan Konsumen

No	Pernyataan	SP (5)	P (4)	CP (3)	TP (2)	STP (1)
A.	Kehandalan					
1.	Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan Salinka Futsal.					
2.	Apakah anda puas bermain di Salinka Futsal karena adanya cafe tempat untuk bersantai.					
B.	Jaminan					
1.	Salinka futsal memberikan jaminan kepada pemain yang cedera.					
2.	Salinka futsal memberikan tenggang waktu apabila salah satu team telat untuk datang ke lapangan.					
C.	Empati					
1.	Selain untuk bermain futsal salinka futsal juga tempat untuk refresing.					
2.	Salinka futsal bisa untuk berkumpul dengan teman-teman.					
D	Bukti Fisik					
1	Karyawan salinka futsal selalu siaga berada dilapangan					
2	Karyawan salinka futsal turut membantu jika ada pemain yang cedera					

Total Resp	Y								Total
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	
1	4	5	3	4	5	4	3	4	32
2	4	4	5	5	5	4	4	4	35
3	4	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	5	4	4	4	5	4	5	36
5	5	4	4	4	4	5	4	5	36
6	4	4	3	5	5	4	3	4	32
7	4	5	5	4	4	4	4	4	34
8	5	4	5	4	4	4	4	5	36
9	4	4	3	4	5	5	4	5	34
10	4	4	5	4	4	4	4	4	34
11	4	5	4	4	5	4	3	3	32
12	5	4	4	4	5	4	3	4	33
13	4	4	5	5	4	4	4	4	33
14	4	5	5	5	4	4	5	4	36
15	4	4	5	5	5	4	4	4	36
16	5	4	4	4	5	4	5	4	35
17	4	5	4	5	4	4	5	5	36
18	4	4	5	5	5	4	4	4	35
19	5	4	5	5	4	5	4	5	37
20	4	5	4	5	4	5	4	5	36
21	4	4	3	3	3	4	3	5	30
22	5	5	5	5	5	5	4	5	39
23	4	4	4	5	5	4	4	4	33
24	5	5	5	5	4	5	5	4	38
25	5	5	4	5	5	4	5	5	37
26	4	4	5	5	5	5	4	5	36
27	4	4	5	5	4	5	5	4	36
28	5	5	5	5	5	4	5	5	39
29	4	5	4	5	4	5	4	4	35
30	5	5	5	5	5	5	4	5	39
31	3	5	4	4	5	5	5	4	35
32	4	5	5	4	4	5	5	5	36
33	5	4	4	5	5	5	4	5	37
34	4	5	5	5	5	5	4	4	36
35	5	5	4	4	3	5	5	4	35
36	4	4	4	5	5	4	4	5	35
37	5	5	5	4	4	4	3	4	34
38	5	4	5	5	5	5	5	4	39
39	4	4	4	4	4	4	4	3	33
40	5	4	4	5	5	4	4	4	35
41	4	4	5	5	4	4	5	5	37
42	5	5	5	5	4	5	5	5	39
43	4	5	4	4	4	5	5	4	35
44	5	5	5	5	5	4	4	4	37
45	4	4	5	4	4	4	4	4	34
46	5	4	4	4	4	4	3	4	32
47	4	4	5	4	4	4	4	4	33
48	5	5	4	4	4	4	4	5	35
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	5	5	5	5	5	4	4	4	37
51	5	5	4	4	5	5	5	4	36
52	4	4	5	4	4	4	4	4	33
53	4	4	4	5	4	4	4	4	34
54	4	5	4	5	5	5	5	4	38
55	5	5	5	5	5	3	5	5	38
56	4	5	5	4	4	4	4	4	34
57	4	5	5	5	5	5	4	4	37
58	5	5	5	5	4	4	5	5	37
59	5	5	4	4	4	5	5	4	36
60	5	5	5	5	5	4	4	4	37
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	5	5	4	4	4	4	5	5	36
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	5	4	5	4	5	5	5	4	36
65	5	5	4	4	4	5	5	4	37
66	3	5	5	5	5	5	5	5	38
67	5	4	5	4	5	4	5	4	36
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	5	4	4	4	4	5	4	5	36
70	4	5	5	4	4	4	5	4	35
71	5	5	5	5	5	5	3	5	38
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	5	5	4	4	4	5	5	4	36
74	5	5	5	5	5	5	4	5	39
75	4	4	5	5	5	4	4	4	35
76	4	4	5	5	5	5	4	4	35
77	5	3	5	4	4	5	5	5	38
78	5	5	4	4	4	4	4	5	36
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	5	5	5	4	5	4	4	5	37
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	5	4	5	5	4	4	4	4	35
83	5	5	5	5	5	5	5	5	40
84	4	4	4	4	5	4	4	5	35
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	5	5	5	5	5	5	5	5	40
87	4	5	4	5	4	4	4	4	34
88	5	5	5	5	5	5	5	5	40
89	4	5	4	5	5	4	4	5	36
90	5	5	4	4	5	5	5	4	39
91	5	5	5	4	4	4	5	4	36
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	5	5	4	4	4	4	4	4	35
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40
95	5	4	5	4	4	4	5	4	35
96	4	4	4	5	5	4	4	4	34
97	5	5	4	5	4	5	4	5	37
98	4	5	5	5	4	4	4	5	36
99	4	4	5	4	4	4	5	5	36
100	4	4	4	4	4	5	4	4	33

Total Resp	X1								Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	4	4	3	3	4	4	4	5	31
2	5	4	5	4	4	4	4	5	35
3	4	4	4	4	4	5	4	5	34
4	5	4	4	4	4	5	4	5	35
5	5	5	4	4	5	4	4	5	36
6	3	4	3	4	3	4	4	5	30
7	5	5	3	4	4	4	4	5	34
8	5	5	5	5	4	4	4	5	37
9	4	4	3	4	4	4	4	4	31
10	4	4	5	4	5	4	4	4	34
11	4	4	4	4	4	4	5	5	34
12	4	4	4	3	4	4	4	4	31
13	4	4	5	5	5	5	5	5	38
14	4	4	5	5	4	4	4	5	35
15	4	5	5	5	4	4	4	4	35
16	4	4	4	4	5	5	4	4	34
17	5	4	4	4	4	5	5	5	36
18	5	5	5	4	4	4	5	4	36
19	4	4	5	4	4	4	4	4	33
20	4	5	4	5	4	5	4	4	36
21	5	4	3	3	4	4	4	4	31
22	4	5	5	5	5	5	4	5	38
23	4	4	4	5	5	4	4	5	35
24	5	4	5	5	5	4	5	5	38
25	5	5	4	4	5	4	5	5	37
26	4	4	5	5	5	5	5	4	37
27	4	5	5	5	4	4	4	4	35
28	5	4	5	5	5	4	5	5	38
29	4	5	4	4	5	5	5	4	36
30	5	5	4	5	5	5	5	4	38
31	4	4	4	5	5	4	4	5	35
32	4	4	4	5	5	5	5	4	36
33	5	5	4	5	5	5	5	4	38
34	5	4	5	5	4	4	4	4	35
35	5	5	4	5	4	5	5	5	38
36	4	5	4	4	4	5	4	5	35
37	4	4	5	5	5	4	4	5	36
38	5	5	5	4	5	5	5	5	39
39	4	5	4	4	4	5	5	5	36
40	5	5	4	4	4	5	5	5	37
41	4	4	5	5	4	4	4	4	34
42	5	5	5	4	5	5	5	5	39
43	4	4	4	5	5	4	5	4	35
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	4	5	5	5	4	4	4	4	35
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	5	5	4	4	5	5	4	5	38
48	5	4	4	4	5	5	4	4	35
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	4	4	4	5	5	5	4	4	35
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	5	5	4	4	4	4	4	4	34
54	4	4	4	4	4	4	5	5	35
55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56	4	5	5	5	4	4	4	4	35
57	4	5	5	4	5	4	5	5	37
58	4	5	5	4	4	4	5	4	35
59	5	5	4	5	4	5	4	5	37
60	4	5	5	5	4	4	4	4	35
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	4	4	4	4	5	4	5	4	35
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	4	5	5	5	4	5	5	4	37
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	4	5	4	5	4	5	5	5	37
70	4	4	5	4	4	4	4	5	34
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74	4	5	5	4	5	5	4	5	37
75	4	4	5	5	5	4	5	5	37
76	4	4	5	4	5	5	4	4	35
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	4	4	4	4	5	4	4	4	33
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	4	4	5	5	4	4	4	4	34
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	4	5	5	4	4	4	4	4	34
83	5	5	5	5	5	5	5	5	40
84	5	4	4	5	4	4	4	4	34
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	5	5	5	5	5	5	5	5	40
87	5	5	5	4	4	4	4	4	35
88	5	5	5	5	5	5	5	5	40
89	4	5	4	4	4	5	5	4	35
90	5	5	4	4	4	5	5	4	36
91	4	4	5	5	4	5	5	4	36
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	4	5	4	4	4	4	5	4	34
94	5	5	5	5	5	5	2	4	37
95	4	5	5	4	4	5	4	4	35
96	4	4	4	5	4	4	4	4	33
97	5	5	4	5	5	5	4	5	38
98	4	5	5	2	4	4	5	5	34
99	5	4	5	5	4	4	4	4	35
100	5	2	4	4	5	4	4	4	32

Total Resp	X2	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
1	4	4	5	5	4	5	4	3	4	34
2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	34
3	4	4	4	5	5	4	5	4	3	34
4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	36
5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	37
6	4	4	4	5	5	5	4	3	4	34
7	4	4	5	4	4	4	4	4	4	33
8	5	4	4	5	4	4	5	4	5	36
9	4	4	4	4	4	5	5	4	5	35
10	4	4	4	4	4	4	4	4	5	33
11	4	5	5	5	4	5	4	3	3	33
12	5	4	4	5	5	4	4	3	4	34
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	4	5	5	5	4	4	4	4	36
15	4	4	4	4	5	5	4	4	5	35
16	5	4	4	4	4	5	4	5	4	35
17	4	5	4	4	5	4	4	5	5	36
18	4	4	4	5	5	5	4	4	4	35
19	5	4	4	4	4	5	4	5	5	36
20	4	4	5	4	5	4	5	4	5	36
21	4	4	4	5	3	4	4	3	5	32
22	5	5	5	4	5	5	5	4	5	38
23	4	4	4	4	5	4	4	4	4	33
24	5	5	5	5	5	4	5	5	4	38
25	5	5	5	4	5	4	5	4	5	37
26	4	4	4	4	5	4	5	4	5	35
27	4	4	4	5	4	5	5	5	4	36
28	5	5	4	4	5	5	4	5	5	38
29	4	4	5	5	5	4	5	4	4	36
30	5	5	5	4	5	5	5	4	5	38
31	3	5	5	4	4	5	5	5	4	35
32	4	5	5	5	4	4	5	4	5	36
33	5	4	4	5	5	5	5	4	5	38
34	4	5	4	4	5	5	4	4	4	35
35	5	5	5	5	4	3	5	5	4	36
36	5	5	4	4	4	5	5	4	4	36
37	4	4	4	5	4	4	4	4	5	34
38	5	5	4	5	5	5	5	5	5	39
39	4	4	4	5	5	5	4	4	4	35
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	4	4	4	4	4	5	4	4	4	34
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	4	4	4	4	4	5	5	4	4	34
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	5	4	4	4	5	4	4	4	4	34
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	4	4	4	4	4	4	5	4	4	33
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	4	4	4	4	5	5	4	4	4	34
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	4	4	4	4	4	5	4	4	4	33
55	5	5	5	5	4	4	4	5	4	36
56	4	4	4	5	4	4	4	4	4	33
57	5	5	4	4	5	5	5	4	5	38
58	4	4	4	4	5	5	4	4	4	34
59	5	4	4	5	5	4	5	4	5	37
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	4	4	4	4	4	5	4	4	4	33
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	4	4	4	4	5	4	5	4	4	35
65	4	4	4	5	5	4	5	4	4	35
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	5	4	4	5	4	5	4	5	5	37
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	5	5	5	4	5	4	5	5	5	38
70	4	4	4	5	4	5	4	4	4	34
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	4	4	4	5	5	4	4	4	4	34
74	5	5	4	4	5	5	5	5	5	39
75	4	4	4	5	4	5	5	4	4	35
76	4	4	4	4	4	5	4	4	4	33
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	4	4	4	4	4	5	4	4	4	33
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	4	5	5	5	4	5	4	4	4	35
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
82	4	4	4	5	5	5	4	4	4	35
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
84	4	4	5	5	5	5	4	4	4	36
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
87	4	5	5	5	5	4	4	4	4	35
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
91	5	4	4	4	4	5	5	4	4	35
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	5	4	5	5	5	4	4	5	4	36
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
95	5	4	4	4	4	4	5	4	4	34
96	4	4	4	5	5	4	4	4	4	34
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
98	5	5	5	4	4	4	4	5	4	35
99	4	4	4	4	5	5	5	4	4	35
100	5	5	4	4	4	4	4	5	5	36

Total Resp	X3								Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
1	4	4	5	4	3	4	4	3	31
2	4	4	5	5	5	5	3	4	35
3	4	4	4	4	4	3	4	4	31
4	5	5	4	4	3	4	4	4	33
5	4	4	4	3	3	5	5	5	33
6	3	4	3	4	3	4	3	4	28
7	4	3	4	4	5	5	4	4	33
8	2	4	4	4	3	4	4	4	29
9	4	3	4	4	3	4	3	4	29
10	4	5	3	4	3	4	5	4	32
11	4	4	4	3	3	4	4	4	30
12	3	4	4	4	4	4	4	4	31
13	4	4	4	4	5	3	4	5	33
14	4	4	5	4	3	4	3	5	32
15	4	4	4	4	4	4	4	2	30
16	4	4	4	4	3	5	4	4	32
17	5	4	3	4	3	4	5	3	31
18	3	4	4	5	3	3	5	4	31
19	4	4	4	5	4	4	5	5	35
20	4	5	4	5	4	5	4	5	36
21	4	4	4	2	3	4	4	5	30
22	5	5	5	5	5	5	3	5	38
23	4	4	4	4	3	4	4	4	31
24	5	5	4	4	4	5	4	5	36
25	5	5	5	5	5	5	5	4	38
26	4	5	5	5	5	4	4	5	36
27	4	4	4	4	4	5	5	5	35
28	5	5	4	5	5	5	5	4	38
29	4	4	5	4	4	4	4	4	33
30	5	5	5	4	5	5	5	4	38
31	4	5	4	5	4	5	3	5	35
32	4	5	5	4	4	4	5	5	36
33	5	5	5	4	5	4	3	5	36
34	4	5	4	4	5	4	4	4	34
35	5	4	5	5	4	5	4	5	37
36	4	4	5	4	4	5	4	4	34
37	4	5	4	4	4	4	4	5	34
38	5	5	4	4	5	5	5	5	38
39	4	4	3	4	3	4	4	4	30
40	5	5	5	5	3	5	5	5	38
41	4	5	4	4	4	5	5	5	36
42	4	4	4	4	4	5	5	5	35
43	4	4	3	4	4	3	5	5	32
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	4	4	4	4	4	5	5	4	34
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	5	5	5	5	5	5	3	5	38
48	4	4	5	5	4	4	4	4	34
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	5	3	5	5	5	3	3	5	36
51	4	4	4	4	3	4	4	4	31
52	5	4	5	5	5	4	5	5	38
53	5	5	4	4	4	4	5	4	35
54	5	4	4	4	5	4	5	5	36
55	4	4	5	5	4	5	4	5	36
56	4	4	4	5	5	5	5	4	36
57	4	5	5	4	5	4	5	5	37
58	4	4	4	4	3	4	4	4	31
59	5	4	5	4	5	4	5	4	36
60	5	5	4	4	4	4	5	4	35
61	5	5	5	5	5	3	5	5	38
62	4	4	5	5	4	4	4	4	34
63	5	5	5	5	5	5	5	2	37
64	4	5	4	5	4	5	4	5	36
65	5	4	4	5	4	5	5	4	36
66	5	5	5	5	5	5	5	2	37
67	4	5	4	5	5	5	4	5	37
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	4	4	5	5	4	5	4	5	36
70	4	4	4	4	4	5	5	4	34
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	4	4	4	5	5	3	4	4	33
74	5	4	5	4	5	4	5	5	37
75	4	5	5	4	4	4	5	4	35
76	4	4	5	4	4	4	4	4	33
77	5	5	5	5	5	3	5	5	38
78	4	4	4	4	4	4	4	4	32
79	5	5	5	3	5	5	5	5	38
80	4	4	5	4	4	5	4	4	34
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	4	5	5	5	4	5	4	4	36
83	5	5	5	5	5	5	5	4	39
84	4	4	4	4	4	5	4	4	33
85	4	4	4	4	3	4	4	4	31
86	5	5	4	5	4	4	4	4	35
87	4	4	4	4	4	4	5	4	33
88	5	5	5	2	5	5	5	5	37
89	4	5	4	4	3	4	4	4	32
90	5	5	4	5	5	5	5	5	39
91	4	4	4	5	4	4	4	4	33
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	4	4	4	4	4	4	4	4	32
94	5	4	5	5	5	5	5	5	39
95	4	5	5	4	4	4	5	5	36
96	5	4	4	4	4	5	4	5	35
97	5	5	5	5	5	3	5	5	38
98	4	5	4	4	5	5	4	5	36
99	5	4	4	5	4	5	4	4	35
100	4	5	5	3	4	5	4	4	34

LAMPIRAN 3

1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.591	2.390		4.431	.000
Harga	.390	.091	.444	4.268	.000
Lokasi	.128	.087	.147	1.459	.148
Layanan Konsumen	.191	.081	.231	2.362	.020

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$\hat{Y} = 10.591 + 0.390X_1 + 0.128X_2 + 0.191X_3$$

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.54700952
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.034
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

b. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.591	2.390		4.431	.000		
Harga	.390	.091	.444	4.268	.000	.441	2.266
Lokasi	.128	.087	.147	1.459	.148	.472	2.119
Layanan Konsumen	.191	.081	.231	2.362	.020	.501	1.997

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

c. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.949	1.459		-.650	.517
Harga	.004	.056	.010	.067	.947
Lokasi	.004	.053	.012	.081	.935
Layanan Konsumen	.054	.049	.156	1.099	.275

a. Dependent Variable: RES2

d. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.735 ^a	.541	.526	1.571	2.129

a. Predictors: (Constant), Layanan Konsumen, Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.591	2.390		4.431	.000
Harga	.390	.091	.444	4.268	.000
Lokasi	.128	.087	.147	1.459	.148
Layanan Konsumen	.191	.081	.231	2.362	.020

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Uji Simultan (f)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	279.069	3	93.023	37.691	.000 ^b
Residual	236.931	96	2.468		
Total	516.000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Layanan Konsumen, Lokasi, Harga

c. Uji Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.541	.526	1.571

a. Predictors: (Constant), Layanan Konsumen, Lokasi, Harga

LAMPIRAN 3
DOKUMENTASI SALINKA FUTSAL TABING PADANG

1.



Gambar 3 papan nama salinka futsal

2.



Gambar 4 lapangan salinka futsal

3.



Gambar 5 cafe salinka futsal



UM SUMATERA
BARAT

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI

Kampus 1: Jln. Pasir Kandang No. 4 Koto Tengah, Padang

SURAT KEPUTUSAN

Nomor : 0393 /II.3/AU/KEP/2022

TENTANG :
PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR/SKRIPSI
Semester **Ganjil** Tahun Akademik 2022 / 2023

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Padang, setelah :

Menimbang : 1. Bahwa sesuai dengan buku Pedoman Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat perlu ditetapkan Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi untuk setiap mahasiswa;
2. Bahwa judul tugas akhir/skripsi terlebih dahulu harus mendapat persetujuan dari Dosen Pembimbing yang telah ditunjuk oleh ketua Prodi;
3. Bahwa untuk kepastian dalam pelaksanaan tugas Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi perlu ditetapkan Surat Keputusan Dekan;

Mengingat : 1. AD dan ART Muhammadiyah
2. Undang-undang Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas
3. PP Nomor 17 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan dan penyelenggaraan Pendidikan.
4. Statuta UM Sumbar Tahun 2020
5. SK Akreditasi Nomor : 013/BAN-PT/Ak-XII/S1/VI/2009 tanggal 9 Juni 2009.
6. SK Majelis Pendidikan Tinggi Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor 63/SK-MPT/III.B/1.b/1999 tanggal 11 Oktober 1999 tentang Qaedah PTM

MEMUTUSKAN

Menetapkan
Pertama : Menyetujui Judul Skripsi/tugas akhir kepada mahasiswa yang tersebut namanya dibawah ini;

Nama : Lasin Rofal
Bp/NPM : 191000261201019
Prodi : Manajemen

Judul Tugas Akhir/Skripsi :

Pengaruh Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan di Salinka Futsal Tabing Padang

Kedua : Menunjuk Saudara :
1. **Dr. Tri Irfa Indrayani, M. Pd Ditugaskan Sebagai Pembimbing I**
2. **Nurhaida, SE, MM Ditugaskan Sebagai Pembimbing II**

Ketiga : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagai amanah. Jika terdapat kekeliruan dalam penetapan ini akan ditinjau kembali sebagaimana mestinya;

Ditetapkan di : Padang
pada tanggal : *5 Ramadhan 1444 H*
27 Maret 2023



Tembusan:

1. Rektor UM Sumbar
2. Yang bersangkutan
3. Arsip



UM SUMATERA
BARAT

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI

Kampus 1: Jln. Pasir Kandang No. 4 Koto Tangah, Padang

Nomor : 0393 /II.3.AU/KEP-PSA/2022
Lamp. : 1 lembar
Hal : **Pembimbing Skripsi**

Padang, 5 Ramadhan 1444 H
27 Maret 2023

Kepada Yth. Bpk/Ibuk/Sdr.

1. **Dr. Tri Irfya Indrayani, M. Pd**
2. **Nurhaida, SE, MM**

Staf Pengajar Fakultas Ekonomi UM Sumbar
di
Padang

Assalammu 'alaikum wr. wb.

Kami sampaikan kepada Bapak/Ibuk/Sdr. bahwa mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya diwajibkan menulis skripsi dengan baik. Untuk itu kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibuk/Sdr. menjadi pembimbing skripsi atas nama :

Nama : **Lasin Rofal**
N I M : **191000261201019**
Program Studi : Manajemen
Jenjang Program : Strata 1 (S1)
Dengan Judul : **Pengaruh Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan di Salinka Futsal Tabing Padang**

Selanjutnya setiap kegiatan konsultasi bimbingan skripsi, supaya Bapak/Ibuk/Sdr. Untuk mengisi daftar kegiatan konsultasi (terlampir). Yang nantinya dikirim ke Kopertis Wilayah X.

Demikian disampaikan kepada Bapak/Ibuk/Saudara, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Saudara diucapkan terima kasih.

Wabillaahi taufiq walhidayah
Wassalammu 'alaikum wr. wb.



Puji Setiawan, SE, M.Si
NBM: 1202659



**SUMATERA
BARAT**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI**

Kampus 1: Jln. Pasir Kandang No. 4 Koto Tengah, Padang

DAFTAR KEGIATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Lasin Rofal**
 NIM : **191000261201019**
 Program Studi : **Manajemen**
 Jenjang Program : **Strata 1 (S1)**
 Dengan Judul : **Pengaruh Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap
 Loyalitas Pelanggan di Salinka Futsal Tabing Padang**

No.	Tanggal Konsultasi	Usulan/Perbaikan/Penjelasan	Tanda Tangan	
			Pembimbing I	Pembimbing II
1.	30/3/23	- Perbaiki konsep dan teori		
2.				
3.	25/5/23	- Bab I buat foto and make sertanya laporan kantum.		
4.	26/5/23	Acc layout ke PS 2		
5.	26/5/23	Perbaiki sesuai coretan		
6.	31/5/23	Perbaiki sesuai coretan		
7.	2/6/23	Sempro		
8.				
9.				
10.				

Padang,
 Dekan

Pugh Setiawan, SE, M.Si
 NBM : 1202659



UM SUMATERA
BARAT

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI

Kampus 1 : Jln. Pasir Kandang No. 4 Koto Tengah, Padang

DAFTAR KEGIATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Lasin Rofal**
 N I M : **191000261201019**
 Program Studi : **Manajemen**
 Jenjang Program : **Strata I (S1)**
 Dengan Judul : **Pengaruh Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan di Salinka Futsal Tabing Padang**

No.	Tanggal Konsultasi	Usulan/Perbaikan/Penjelasan	Tanda Tangan	
			Pembimbing I	Pembimbing II
1.	26-6-2023	Perbaiki sekam coroban		
2.		Perbaiki Bab 1,2,3		
3.	27-6-2023	Lampirkan dokumentasi penelitian Lampirkan hasil olah data		
4.		Perbaiki Bab 1,2,3,4		
5.	4-7-2023	Tambahan dokumentasi		
6.	5-7-2023	ACC Pembahas		
7.	5-7-2023	acc sembas		
8.		Perbaiki Daftar		
9.	4-8-2023	ACC Kumpre		
10.	4-8-2023	acc kumpre		



Padang,
 Dekan,
Puguh Setiawan, SE, M.Si
 NBM : 1202659

PERSETUJUAN SEMINAR

Telah disetujui untuk ujian seminar proposal

Pengaruh Harga, Lokasi Dan Layanan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan
Di Salinka Futsal Tabing Padang

Nama : LASIN ROFAL

Nim : 191000261201019

Program Studi : MANAJEMEN

Padang, 07 Juni 2023

Disetujui Oleh :

Pembimbing 1



Dr. Tri Irfa Indrayani, M. Pd

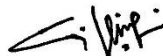
Pembimbing 2



Nurhaida, SE, MM

Diketahui

Ketua Prodi



(Usmiar, SE, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI

Kampus 1 - Jln. Husein Sastranegara No. 40010 - Padang, Padang

Nomor : 523/II.3/AUC/2023
Lampiran : 1 Proposal
Perihal : Undangan dan Penunjukan Penguji

Padang, 18 Dzulkaedah 1444 H
7 Juni 2023

Kepada Yth Tim Penguji
di
Padang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Terlebih dahulu kami doakan semoga saudara tim penguji senantiasa sukses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Aamiin

Selanjutnya diinformasikan, bahwa akan dilakukan **Seminar Proposal Penelitian**, yaitu :

Hari : **Jumat**
Tanggal : **9 Juni 2023**
Pukul : **10.00 - 11.00 WIB**

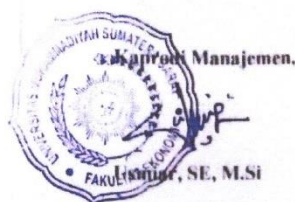
Dengan mahasiswa, pembimbing dan tim penguji, yaitu :

Mahasiswa	Pembimbing	Penguji
Nama : Lasin Rofal NIM : 191C00261201019 Prodi : Manajemen	1. Dr. Tri Irfa Indrayani, M. Pd 2. Nurhaida, SE, MM	1. Usmiar, SE, M.Si 2. Leli Suwita, SE, MM

Berkenaan dengan itu kami mohon kesediaan saudara tim penguji menjadi penguji pada seminar dimaksud.

Demikian disampaikan kepada saudara, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih

Wabillaahi taufiq walhidayah
Assalamu 'alaikum Wr. Wb.



Website : www.fekon.umsb.ac.id
Email : fekonumsb02@gmail.com

Telp : (0751) 4851763
Padang 25172

PERSETUJUAN SEMINAR

Telah disetujui untuk ujian seminar hasil

Pengaruh Harga, Lokasi Dan Layanan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan
Di Salinka Futsal Tabing Padang

Nama : LASIN ROFAL

Nim : 191000261201019

Program Studi : MANAJEMEN

Padang, 17 Juli 2023

Disetujui Oleh :

Pembimbing 1



Dr. Tri Iffa Indrayani, M. Pd

Pembimbing 2



Nurhaida, SE, MM

Diketahui

Ketua Prodi



(Usmiar, SE, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI

Kampus 1: Jln. Pasir Kandang No. 4 Koto Tengah, Padang

Nomor : 634/II.3.AU/C/2023

Padang, 6 Muharram 1445 H

Lampiran : Skripsi

24 Juli 2023

Perihal : Undangan dan Penunjukan Penguji

Kepada Yth. Tim Penguji

di

Padang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Terlebih dahulu kami doakan semoga saudara tim penguji senantiasa sukses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Aamiin

Selanjutnya diinformasikan, bahwa akan dilakukan **Seminar Hasil Penelitian**, yaitu :

Hari : **Kamis**
 Tanggal : **27 Juli 2023**
 Pukul : 10.00 - 11.00 WIB

Dengan mahasiswa, pembimbing dan tim penguji, yaitu :

Mahasiswa	Pembimbing	Penguji
Nama : Lasin Rofal	1. Dr. Tri Irfa Indrayani, M. Pd	1. Usmiar, SE, M.Si
NIM : 191000261201019	2. Nurhaida, SE, MM	2. Leli Suwita, SE, MM
Prodi : Manajemen		

Berkenaan dengan itu kami mohon kesediaan saudara tim penguji menjadi penguji pada seminar dimaksud.

Demikian disampaikan kepada saudara, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wabillaahi taufiq walhidayah
 Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Kaprod. Manajemen,

 Usmiar, SE, M.Si

Website : www.fekon.umsb.ac.id
 Email : fekonumsb02@gmail.com

Telp : (0751) 4851262
 Padang 25172

PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

Telah disetujui untuk ujian komprehensif

Pengaruh Harga, Lokasi Dan Layanan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan
Di Salinka Futsal Tabing Padang

Nama : LASIN ROFAL

Nim : 191000261201019

Program Studi : MANAJEMEN


Padang, 03 Agustus 2023

Disetujui Oleh :

Pembimbing 1

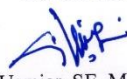

Dr. Tri Irfi Indrayani, M. Pd

Pembimbing 2


Nurhaida, SE, MM

Diketahui

Ketua Prodi


(Usmiar, SE, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI

Kampus 1: Jln. Pasir Kandang No. 4 Koto Tangah, Padang

Nomor : 689/II.3.AU/F/2023

Padang, 20 Muharram 1445 H

Lampiran : -

7 Agustus 2023

Perihal : Undangan dan Penunjukan Penguji

Kepada Yth. Tim Penguji
di

Padang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Terlebih dahulu kami doakan semoga saudara tim penguji senantiasa sukses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Aamiin

Selanjutnya diinformasikan, bahwa akan dilakukan **Ujian Komprehensif**, yaitu :

Hari : **Jumat**
Tanggal : **11 Agustus 2023**
Pukul : 13.00 - 15.00 WIB

Dengan mahasiswa, pembimbing dan tim penguji, yaitu :

Mahasiswa	Pembimbing	Penguji
Nama : Lasin Rofal NIM : 191000261201019 Prodi : Manajemen	1. Dr. Tri Irfa Indrayani, M. Pd 2. Nurhaida, SE, MM	1. Usmiar, SE, M.Si 2. Leli Suwita, SE, MM

Berkenaan dengan itu kami mohon kesediaan saudara tim penguji menjadi penguji pada ujian komprehensif dimaksud.

Demikian disampaikan kepada saudara, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wabillaahi taufiq walhidayah
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Kaprod. Manajemen,

Usmiar, SE, M.Si



**SUMATERA
BARAT**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI**

Kampus 1 : Jln. Pasir Kandang No. 4 Koto Tengah, Padang

Nomor : 558/II.3.AU/F/2023
Lamp. : Proposal Penelitian
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Padang, *1 Dzulhijjah 1444 H.*
19 Juni 2023 M.

Kepada Yth.
Pemilik Salinka Futsal Tabing Padang
di
Tempat

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dalam rangka menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, maka setiap mahasiswa diharuskan melakukan penelitian ke lapangan untuk penulisan skripsi.

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu menerima mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini untuk dapat melakukan penelitian dan pengambilan data pada perusahaan/instansi yang Bapak/Ibu pimpin, dengan data mahasiswa :

Nama : Lasin Rofal
N I M : 191000261201019
Program Studi : Manajemen
Jenjang Program : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Lokasi dan Layanan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan di Salinka Futsal Tabing Padang
Waktu Penelitian : 20 Juni - 20 Juli 2023

Demikian disampaikan kepada Bapak/Ibu, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

*Wabillaahi taufiq walhidayah
Wassalamu'alaikum wr. wb.*

Dekan,

Fuguh Setiawan, SE, M.Si
NBMT : 1202659

Tembusan :

1. Rektor UM Sumbar
2. Peringgal

Website : www.fekon.umsb.ac.id
Email : fekonumsb02@gmail.com

Telp : (0751) 4851262
Padang 25172



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI
 Kampus 1 : Jln. Pasir Kandang No. 4 Koto Tangah, Padang

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor : 783/KET /II.3.AU/D/2023

Operator Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama : LASIN ROFAL
 N I M : 191000261201019
 Program Studi : Manajemen
 Fakultas : Ekonomi

Judul Tugas Akhir/Skripsi: **“Pengaruh Harga, Lokasi dan Layanan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan di Salinka Futsal Tabing Padang”**.

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme dengan nilai kurang dari 30 % pada naskah Tugas Akhir/Skripsi yang telah di susun. Demikian surat ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 21 Agustus 2023 M
 5 Shafar 1445 H

Operator Fakultas Ekonomi

Mengetahui,
 Pjs. Dekan

Dr. Willy Nohanita, S.E., M.Si., Ak, CA
 NIDN. 1026117201

Kurnia Wahyu Prima. S.Pd., M.Pd.T
 NIK. 21022024



UM SUMATERA
BARAT

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI

Kampus 1 : Jln. Pasir Kandang No. 4 Koto Tengah, Padang

SURAT KETERANGAN LULUS

Nomor : 812/IL.3.AU/KET/2023

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **LASIN ROFAL**
 Tempat/ tgl lahir : LAMBAYA, 05 Februari 2001
 N I M : 191000261201019
 Program Studi : Manajemen
 Alamat : Desa Lambaya, kec. Simteng kab, Simeulue Dusun Arafah RT 00
 RW 00 Kel.Lambaya Kab. Simeulue Prov. Aceh

adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang telah selesai Ujian Komprehensif tanggal **11 Agustus 2023** dan telah menyelesaikan seluruh matakuliah, sekarang yang bersangkutan sedang menunggu jadwal Wisuda dan proses penulisan ijazah dan transkrip Nilai.

Surat keterangan ini berlaku sampai ijazah dan transkrip yang asli dikeluarkan.

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan : Padang
 Tanggal : 6 Shafar 1445 H
 22 Agustus 2023 M



Dr. Willy Nofranita, S.E., M.Si., Ak, CA
 NIDN. 1026117201